

Liste de contrôle pour les sociétés qui veulent faire affaire avec les entreprises de technologie de pointe des États de l'Ouest

1. Les circonstances peuvent évidemment varier, mais la plupart des entreprises canadiennes qui traitent avec les sociétés de technologie de pointe locales se sont rendu compte de la nécessité d'assurer une présence sur place pour réussir et être efficace dans ce marché. La plupart de ces entreprises ont recours à un représentant de fabricant, mais il peut arriver, si l'on envisage de réaliser un chiffre de vente important, qu'en présence d'exigences de service particulières ou encore en cas de structures de commissions incompatibles, il soit préférable d'établir un bureau local. Vous devrez donc déterminer, d'une façon générale, quelles ressources de commercialisation votre société doit engager à cet effet.
2. Lorsque vous soumissionnez des contrats de fourniture de produits ou de prestation de service à composante militaire, assurez-vous que le processus d'accréditation est terminé avant de vous lancer activement dans la course. Les entrepreneurs généraux ne sont pas favorables aux demandes qui sont en cours d'étude lorsqu'ils doivent répondre à des besoins à court terme, ce qui est presque toujours le cas.
3. Si vous soumissionnez en vue d'obtenir directement un marché du département de la Défense d'un des organismes d'achats militaires, assurez-vous que votre société est inscrite auprès de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et que les renseignements que cette dernière possède sont à jour. La CCC fait fonction de chargé de contrat pour tous les marchés accordés directement par un organisme du département de la Défense et qui dépassent 10 000 \$. En vous assurant que votre demande auprès de la CCC est complète avant l'adjudication du marché, vous contribuerez à accélérer les démarches en vue de l'obtention d'un contrat.
4. Beaucoup d'entreprises n'entretiennent pas des relations suivies avec les entrepreneurs généraux dans le but de cerner des programmes éventuels. S'il est vrai que la commercialisation à distance peut être coûteuse, surtout lorsque les perspectives de réussite sont loin d'être assurées, il n'en demeure pas moins